

Arten von Zielbeziehungen:

Komplementäre (Zielharmonie):

Ziele die sich ergänzen.

Beispiel: Mitarbeitermotivation + Kundenzufriedenheit
Produktivitätssteigerung + Gewinnsteigerung

Konfliktäre (Zielkonflikt):

Erfüllung eines Ziels behindert Erfüllung eines anderen Ziels.
Zusammenstoß.

Beispiel: Sicherung der

Operationalisiert besagt, dass die Zielbeschreibung aus einem Inhalts und einem Verhaltensteil bestehen muss.
Beispiel: Die Umsatzsteigerung von 105 soll durch die Einstellung von zwei neuen Mitarbeiter im Außendienst erreicht werden.

Grundsatz der Operationalisierung:

Arbeitsplätze im Inland und Reduzierung der Lohnkosten.

Indifferente:

Erfüllung eines Ziels beeinflusst nicht die Erfüllung eines anderen Ziels.

Beispiel:

Verbesserung des Kundenservice Ziel 1 und eine Schulung der Mitarbeiter aus dem Bereich der Logistik des Unternehmens Ziel 2.

SMART:
S=Spezifisch
M=Messbar
A=Akzeptiert
R=Realistisch
T=Terminiert

Beispiel: Spezifisch was genau möchte ich erreichen? Ich veröffentliche eine eBlog seite für meine Mitarbeiter um sie zu motivieren. Messbar: der Inhalt soll aus 600 Wörtern bestehen. Akzeptiert: Ist das Ziel mir wichtig? Realistisch: Kann ich mein Ziel erreichen? Terminiert: Wann will ich es erreichen? In 50 Tagen.

Umsatzziele, Gewinnziele, Kostenziele
Wachstumsziele...

Psychografische (qualitative) Ziele

Bedeutung: Die Verfolgung psychografischer Ziele soll beim Nachtrager eine Präferenz für das Unternehmen/Produkt erzeugen. (nicht rechnerisch bestimmbar)

Beispiele: Image, Vertrauen, Bekanntheit/grad

www.minibooks.ch

Absatz



geschrieben von **Feyza Kaya**

Beispiele:

Definition: Marketingziele: formulieren eine angestrebte künftige Marktposition die vor allem durch den Einsatz der absatzpolitischen Instrumente erreicht werden soll.
Zielarten nach Messbarkeit:
Ökonomische (quantitative) Marketingziele
Bedeutung: ziele darauf ab die wirtschaftliche Situation eines Unternehmens zu verbessern. (rechnerisch bestimmbar)